

Antecedentes de la empresa **CELTRON S.A de C.V.** **y del sistema ADLINE**

CAPÍTULO

CAPÍTULO I

Antecedentes de la empresa CELTRON s.a de c.v. y del sistema ADLINE.

El objetivo de este capítulo es el de exponer el origen de la empresa **Celtron** así como de conocer el inicio del sistema de grabación **Adline**.

L^{1.1}LA GENESIS DE ADLINE

Celtron es una compañía que inició a principios de los noventa fundada por el Ingeniero mecánico electricista Carlos Hernández Barnett, con el fin de promover equipo de radiocomunicación y el manejo de la telefonía celular en Hermosillo. Pero en realidad el proyecto no funcionó y la empresa quedo sin funcionar por algunos años.

Adline surge por iniciativa del Lic. José Ignacio Miranda, que traía la inquietud de desarrollar un dispositivo que pudiera dar el servicio de mensajes en retención.

Adline es un sistema de creación, grabación, musicalización y reproducción profesional de mensajes que una empresa desea dar a conocer en los tiempos de espera de las llamadas telefónicas.

El servicio hace que la espera sea agradable para quien llama: clientes, proveedores, prospectos o prestadores de servicios.

El sistema consiste en un reproductor de mensajes en espera, que está diseñado con tecnología digital, lo que permite que el mensaje conserve su calidad de sonido siempre. (Ver cuadro No. 1) Este sistema es compatible con cualquier tipo de conmutador y se instala fácilmente además de no requerir de mantenimiento.¹

1.- Folleto de información de adline. 1998.

Este servicio se realiza a través de una contratación anual, la cual en el contrato explica al cliente que la empresa le estará cambiando el mensaje cada dos meses.

Un vez contratado el servicio la empresa supervisará que el servicio funcione adecuadamente. Al mismo tiempo de cambiar el mensaje se esta sustituyendo por una aparato nuevo.

Anteriormente los mensajes se daban a través de grabadoras de cassette en la ciudad, muy pocas empresas contaban con un dispositivo digital además de no tener conocimiento de su manejo, no tenían la visión de lo que la llamada en espera podía hacer por su empresa.²

El Lic. Miranda en pláticas con el Ing. Carlos Hernández le expone la posibilidad de diseñar un aparato especial que pudiera de manera digital, ser una alternativa a los cassettes que con el tiempo se desgastaban y perdían su calidad en sonido. El Ing. se puso a investigar sobre grabadoras digitales que existían en el mercado, y se da cuenta que eran muy caras, además se tenían que adaptar al conmutador; la idea que traían era proporcionar el medio al cliente para que reprodujera el mensaje.

Después de algunos meses de estar buscando la manera, el Ing. Hernández diseñó y construyó el primer prototipo que tenía algunas limitaciones. Con el tiempo siguió perfeccionando el aparato hasta quedar como actualmente se conoce.

Una vez conseguido el prototipo, a mediados de 1997, empieza a tomar forma el concepto, se invitó a participar a Marco Antonio Dávila y ser parte de este proyecto por su experiencia en el plano de la producción. Y para consolidar la sociedad se invitó a Silvia Valenzuela, se hicieron reuniones en donde cada uno, en base a su especialidad, aportaron ideas de cómo ofrecer el servicio.³

En febrero y marzo de 1999, se hicieron estudios de mercado para ver si realmente en Hermosillo existía la necesidad de este tipo de servicio. Se llegó a la conclusión de que hacía falta y sobretodo con potencial.

2.- Entrevista al Ingeniero Carlos Hernández B. Hecha el 22 de febrero de 2001.

3.- Entrevista a Marco Antonio Dávila hecha el 15 de febrero de 2001.

Celtron se conformó por cuatro accionistas, Lic. José Ignacio Miranda Rodríguez, Ing. Carlos Alberto Hernández Barnett, Marco Antonio Dávila Flores y Sylvia E. Valenzuela López.

En una primera fase se empezó a distribuir el equipo como prueba sin costo alguno con algunas empresas, que a la fecha continúan con su servicio de **Adline**, al principio empezaron como prueba y posteriormente como clientes, lo que indica en primer lugar de que el dispositivo funcionó sin ningún problema y en segundo; de que el servicio es aceptado por los empresarios.

Posteriormente para julio de 1999 **Celtron S.A. de C.V.** empieza a operar en Quinta Amalia y Quinta Serena # 2; en la colonia Las Quintas y así dar su servicio de llamada en espera a las compañías, contando con un equipo de trabajadores que cubría cada una de las áreas en que se conformaba la empresa.

Dentro de los primeros trabajadores se encontraba un productor de mensajes, una secretaria, un productor del equipo que a la vez fungía como instalador, y un director creativo que se encargaba de hacer los textos.

ADLINE

Cuadro No. 1



Extraído del folleto de información

L^{1.2.} **LA FILOSOFÍA**

“**Celtron** tiene como filosofía ofrecer a nuestros clientes y a la comunidad en general lo mejor de nosotros mismos, con honestidad, calidad y profesionalismo en cada actividad de nuestro trabajo, preparándonos día a día para mantenernos en los más altos niveles tecnológicos.”⁴

1.2.1.- LA VISIÓN

“La visión de la empresa es lograr consolidarse como una empresa profesional y económicamente, con desarrollo continuo que apoye el crecimiento de nuestra comunidad, impulsando el desarrollo de las empresas e instituciones que eleven la calidad de vida de nuestra ciudad, nuestro estado y nuestro país.”⁵

1.2.2.- LA MISIÓN

“La empresa tiene como misión desarrollar a través de la más alta tecnología en comunicación, formas creativas y profesionales para el fortalecimiento y crecimiento de las empresas de nuestro estado, nuestro país, y el extranjero, buscando a su vez el desarrollo continuo personal, profesional y familiar de todos los que integran la familia **Celtron**.”⁶

O^{1.3} **ORGANIZACIÓN DE CELTRON**

A continuación se detallará como esta estructurada la empresa en la actualidad. (Ver cuadro No. 2)

4.- De acuerdo a documentos de la misma empresa.

5.- ibidem

6.- ibidem

- ❖ **Consejo de Administración.-** Se encuentra conformada por los cuatro accionistas, Lic. José Ignacio Miranda, Ing. Carlos Hernández, Marco Antonio Dávila y Silvia Elena Valenzuela.

- ❖ **Director General.-** Es el encargado de dirigir e influir en las actividades de los miembros dentro de la empresa. El director general de **Celtron** es el Lic. Miranda.

- ❖ **Gerente General.-** El gerente general es el que se encarga de la administración de la empresa y de la coordinación de los departamentos que la conforman.

- ❖ **Fabricación del equipo.-** Una persona es la encargada de la fabricación del equipo reproductor. Que consta de ensamblar todos los componentes electrónicos que conforma el aparato. Es también el encargado de ir a las empresas a instalar el equipo y verificar que este funcione.

- ❖ **Ventas.-** Este departamento se encarga de prospectar y realizar visitas a las empresas en la ciudad para la venta del servicio. También se encarga de darle seguimiento a sus clientes para los cambios en el mensaje que se desee efectuar.

- ❖ **Asistente de gerencia.-** Se trata de ayudar al gerente general de la coordinación de los departamentos, dar atención al cliente sobre dudas que este tenga, envía información a los prospectos y realiza facturas.

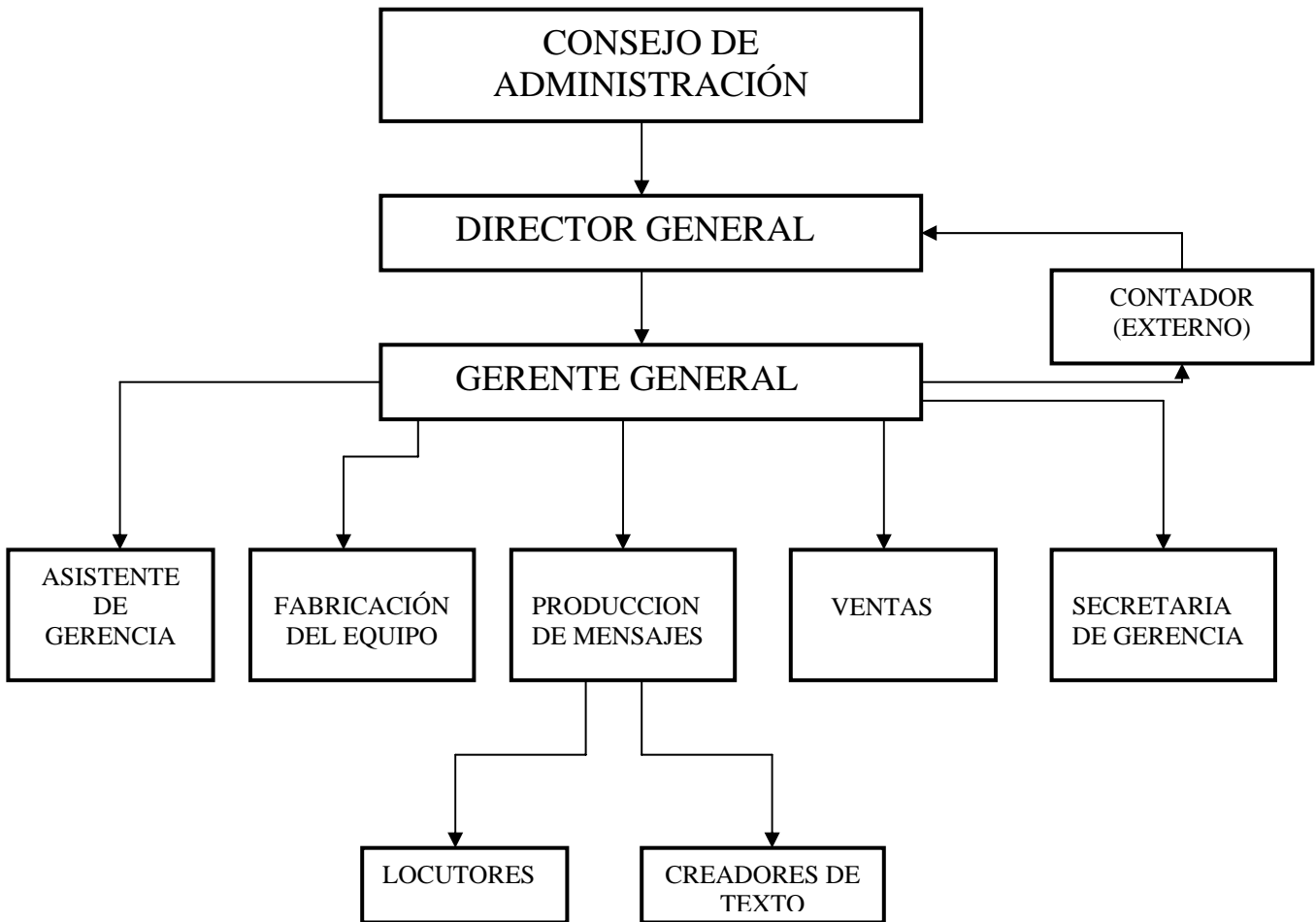
- ❖ **Secretaria.-** Encargada de la papelería y atiende el teléfono, se encarga de hablar a los clientes para recordarles el de estar al corriente en sus pagos, es la encargada de llevar el control del equipo reproductor que se va a instalar en alguna empresa a través de un número de serie que tiene cada unidad en su parte posterior.

- ❖ **Contador.-** Realiza la contabilidad de la empresa y pagos de impuestos.

❖ **Producción de mensajes.-** Este departamento se encarga de la elaboración del guión, producción y grabación del mensaje. Esta área esta conformada por seis locutores, un elaborador de texto y un productor.

ORGANIGRAMA DE CELTRON

Cuadro No. 2



Elaborado por Jorge G. Cota García

A^{1.4} ANTECEDENTES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE MENSAJES

El organigrama general de la empresa **Celtron**, describe como está conformado el departamento de producción de mensajes del que forma parte los locutores y los creadores de texto.

El departamento de producción de mensajes inició en julio de el año de 1999, al mismo tiempo que se consiguió el primer prototipo del equipo reproductor, ya que es la base del servicio; se tenía que contar forzosamente con un departamento encargado de la elaboración y grabación del mensaje.

Esta área esta constituida por:

- ❖ Un productor
- ❖ Un creador de texto
- ❖ Cinco locutores, 4 de sexo masculino y 2 de sexo femenino

La función del productor es coordinar la pre-producción, la producción y la post-producción del mensaje telefónico.

El productor le hace llegar al realizador del texto, información de la empresa a la que se le elaborará el mensaje, así como los descuentos en sus productos o servicios. Al contar con los elementos que se desea incluir en el texto, el creador de texto procede a hacer el guión.

Ya que se tiene el texto se le envía al cliente vía fax o e-mail para su autorización. Una vez hecho esto el productor con el texto ya autorizado procede a grabar la voz “en frio” con el locutor o los locutores.

Para la elección del tipo de voz que se utiliza, es dependiendo de lo que esta especificado en el guión o del giro de la empresa a la que se le realiza la producción, con el fin de que la publicidad telefónica vaya de acuerdo a la imagen que la empresa tiene.

El productor se encarga de la elaboración del mensaje que consiste en la musicalización, y usar efectos sonoros en la producción del mensaje.

Estos últimos juegan una parte importante en el impacto del mensaje sobre el receptor ya que..

“Los efectos sonoros ayudan a fijar una imagen en la mente, cuando los lógicos y el oyente los entiende. Pueden llegar a ser incluso el elemento más importante de un anuncio.”⁵

La música también es importante en el mensaje ya que lo que se pretende, además de dar información, es hacer agradable en tiempos de espera en el teléfono a los clientes, proveedores, prospectos, etc., del cliente. El programa utilizado para la producción de los mensajes es el *Cool Edit Pro 2.0*, este programa es de los mas utilizados para la edición de archivos de audio. (Ver cuadro No. 3)

Una vez terminado el mensaje se le transmite vía telefónica al cliente para su consentimiento y afinar algunos detalles que no le parezcan.

Al ser autorizada la producción, el productor se encarga de grabar el audio en la reproductora de los mensajes. El equipo es entregado a la asistente de gerencia quien lleva un control del número de serie y da indicaciones al técnico en el que le explica a que empresa se debe hacer la instalación o cambio del reproductor.

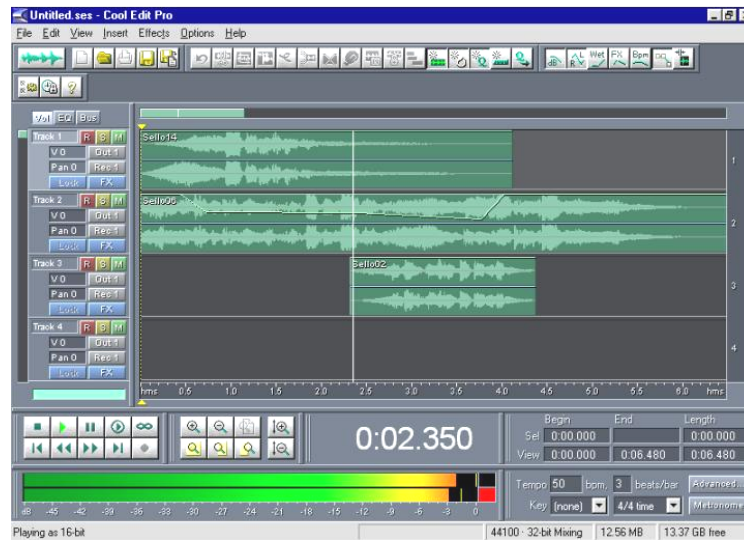
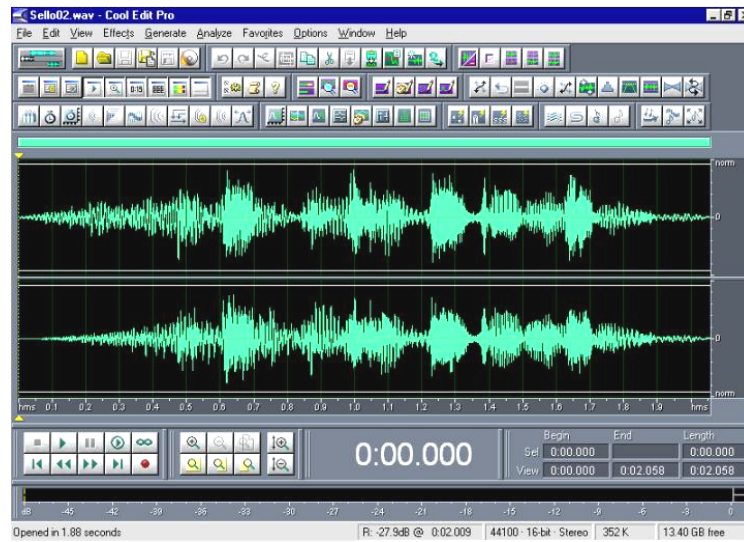
A lo largo de este capítulo, se ha descrito el contexto del origen y desarrollo de **Celtron** y como se ofrece el sistema de grabación **Adline**, además de una breve exposición de como se encuentra estructurada.

Considero que una empresa que se dedica a la publicidad, debe también encargarse de su propia publicidad, de la imagen de la empresa para la obtención de nuevos mercados a nivel nacional; ya que el mercado local se encuentra cubierto casi en su totalidad, y que mejor que el departamento de producción para el diseño de las estrategias y los objetivos que la conformarán.

5.- Schulberg Bob. “Publicidad radiofónica”. Mc Graw-Hill. México 1992. pag. 171.

COOL EDIT PRO 2.0

Cuadro No. 3



Extraído de la página www.syntrillium.com

BIBLIOGRAFÍA

MARCO REFERENCIAL

- 1.- Biblioteca de Manuales Básicos. La estrategia básica de marketing. Pag. Ed. Díaz de Santos. España 1990. Pag. 2-7.
- 2.- De la Torre Zermeño, De la Torre Hernández. Taller de análisis de la comunicación 2. Mex. 1995. pag. 20.
- 3.- Salvador Mercado H Salvador. Publicidad estratégica. Mex. 1994. pag. 69.
- 4.- Fahey Tom. Diccionario de internet. Editado por Ruffin Prevost. Pretice-Hall Hispanoamericana. Mex. 1995. pag. 91.
- 5.- <http://www.abreak-e.com/jargon.htm>
- 6.- <http://www.soho.com.mx/>
- 7.- <http://www.angelfire.com/co/mp3Colombia/quemp3.html>
- 8.- Lopezcano George. Diccionario de internet. Tomo 5. Ediciones Euroméxico. Colombia. pag. 80.

CAPÍTULO I

- 1.- De acuerdo a documentos de la misma empresa.
- 2.- Entrevista al Ingeniero Carlos Hernández B. Hecha el 22 de febrero de 2001.
- 3.- Entrevista a Marco Antonio Dávila hecha el 15 de febrero de 2001.
- 4.- Folleto de información de Adline.
- 5.- Schulberg Bob. "Publicidad radiofónica". Mc Graw-Hill. México 1992. pag. 171.